

样本调查

优酷土豆“闪婚” 掀起行业万重浪

优酷与土豆合并的原因：一是，视频行业的普遍不景气，大家面前摆着的是“烧钱无底、回收无望”的局面；二是，自在美股上市之后，两大公司股市表现均低迷，资本给予的容忍度是有限的，逐利是最终目的，他们急需杀出一条血路。

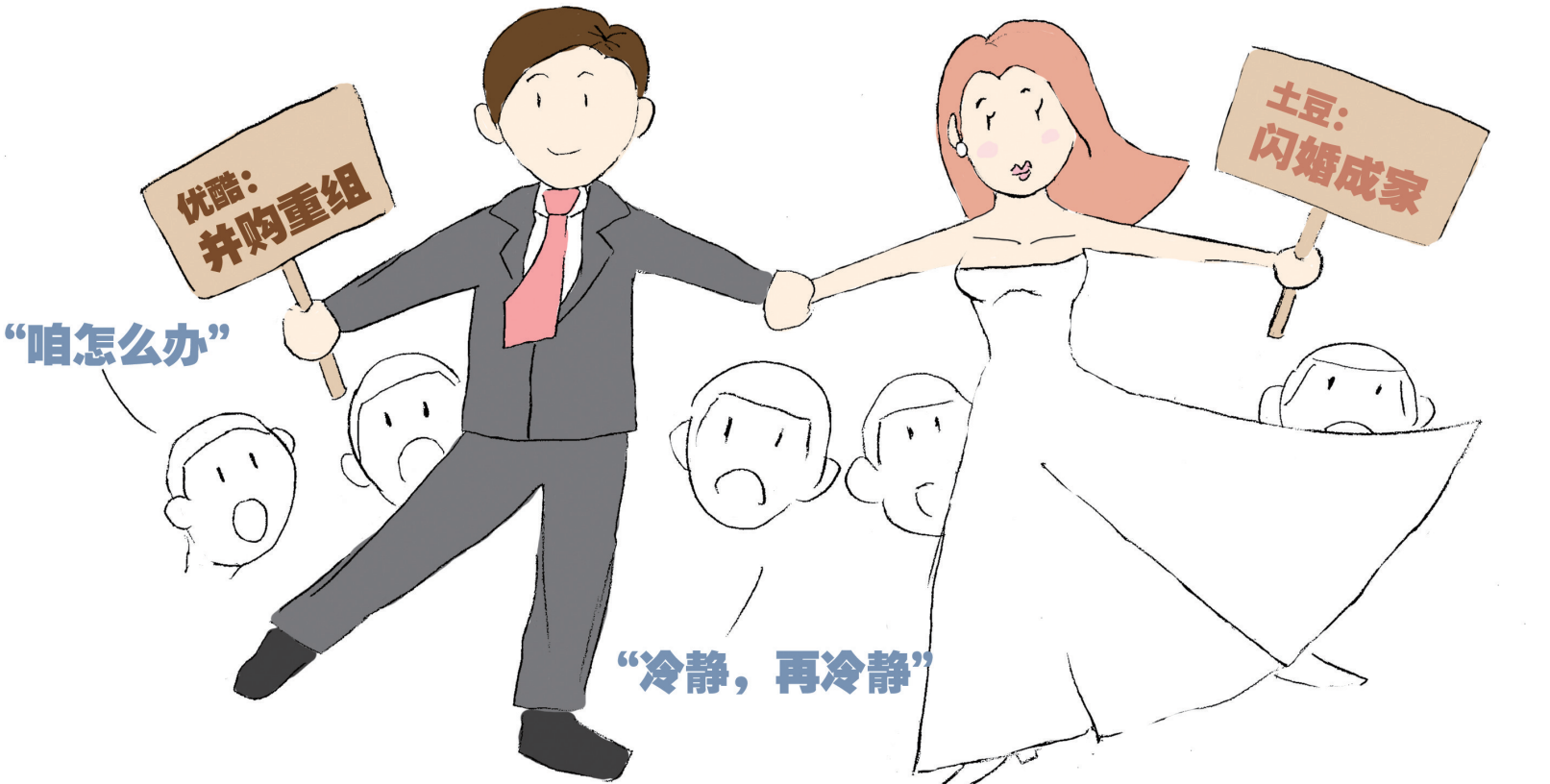
□□ 本报记者 郑洁

3月12日，优酷与土豆宣布，将以100%换股方式实现合并，并组建新公司“优酷土豆股份有限公司”(以下简称酷豆)。交易预计在2012年第三季度完成，届时优酷与土豆的股东将分别拥有新公司约71.5%和28.5%的股份，优酷的ADS(美国存托股份的简称)将继续在纽交所交易，而土豆的普通股与ADS则将在纳斯达克退市，但在后续运营中仍将自有品牌独立运营。尽管这则消息在2012年第一季度发出，但是毫无疑问，这个“一进一退”的举动，这场视频行业老大、老二的“闪婚”，不但震惊了业界，也将高居2012年中国互联网界十大新闻。

酷豆联姻：残酷市场下的突围

自优酷、土豆联姻事件出水之后，一时间IT界、经济界、文化界和媒体均给予了持续追踪和各类关于事态的猜想。这场“联姻”由两大视频网站背后投资人推动促成的消息也不绝于耳。业内众多人士认为，这个并购重组事件，肯定是投资人、经营者共同的理智选择，目的都是追求更有利的发展道路，追求利益实现，但最根本的原因有两个：一是，视频行业的普遍不景气，大家面前摆着的是“烧钱无底、回收无望”的局面；二是，自在美股上市之后，两大公司股市表现均低迷，资本给予的容忍度是有限的，逐利是最终目的，他们急需杀出一条血路，尽管目前优酷、土豆是中国视频网站里的老大和老二。

根据行业内的一些公开数据显示，2009年视频行业的市场格局是优酷老大、土豆老二，其他如酷6、乐视、迅雷看看、PPLive、PPS等网站的市场份额都在7%至8%左右，奇艺和搜狐尚不入榜。但到了2010年第一季度，搜狐视频横空出世，第一季度市场份额就达到11.2%。2011年第一季度，搜狐视频上升为13.6%，稳居第三，奇艺此时还隐没在“其他”当中。但进入三季度，排行榜中奇艺就以6.4%的高比例出现了，而同时，除优酷、土豆之外的小视频网站的份额集体降到5%到6%。就土豆网而言，虽然上市成功，但2011年市场份额也由第一季度的16.8%下



视频行业竞争惨烈，优酷与土豆联手在圈途险境中突围。(插图 张海宁)

降到第三季度的14.5%。

除了百度和搜狐高速进入视频行业外，今年更传出腾讯也投资过亿元发力视频业务的消息。至此，腾讯、百度、新浪、搜狐四大家族都进入了网络视频，一场真正的拼杀可以说刚刚拉开帷幕。

业内人士认为，网络视频经过这几年的探索，商务模式逐步清晰，长视频(目前以影视剧目为主)成为盈利区域，因此，对于长视频的版权争夺成为核心竞争之一。那么，原来的带宽烧钱还只是“小巫”，版权的购买甚至直接投资内容制作，才是更要拼实力的“大巫”。在这样的形势下，优酷和土豆在此前不得不赶快谋求上市，否则作为独立网站，一没平台客户资源，二没雄厚的资金实力，老大、老二的地位岌岌可危。但从今天合并的结果看来，光实现上市都不足以解决危机，还需要两家合并，才有可能在未来几分天下的格局中不被淘汰出局。

凤凰网副总裁陈志华进一步阐述了他们虽然贵为老大、老二却仍面临困局的现状。他说，目前搜狐、腾讯等其他几大网站在竞争模式上跟优酷、土豆很相像，普遍体现为高价购买版权产品赚取广告收成的模式。既然面临一片“红海”，后面还有紧追不舍的人，那么并购至少可

以确保他们在市场上的领先地位，对于搜狐、新浪、腾讯等“野心后来者”形成阻击。

醒客原为新浪网视频播客总监，现在已经转行干起了天使投资人。在他看来，优酷、土豆不具有门户优势、平台客户资源，在客户忠诚度低、同质化竞争又严重的现状下，客户是会随时流动迁移的。“以爱好在网上收看影视剧的用户群来看，2008年有个事件足以证明了这种迁移性。当时土豆停业一天，有数据显示瞬间用户流到了其他网站。”而在收视习惯上，醒客认为，目前的视频用户惯用的主要方式之一还是百度视频搜索，而不是直接的网站登录，“这说明用户的粘着力低，当一个剧在你的网站上没有的时候，大家立刻迁移了。”醒客无奈感叹，目前几大主力视频网站的竞争模式都太过血腥，不但内容同质化，而且拼抢程度接近“肉搏”，两年内影视版权价格上升了十几倍，足以说明战况的惨烈，导致大家都不挣钱的局面。

行业影响：差异化竞争将列入日程

虽然优酷、土豆的联姻被诸多唱衰，但也被很多人唱好。业界人士普遍认为，这场联姻对行

业是有贡献的，能够让大家的脑子迅速冷静下来。

“出现像优酷、土豆这样的强强组合，从某方面讲，对整个视频行业有正面的推动作用。”陈志华列举道，比如，能够对视频版权价格进行抑制，能对视频网站的广告收入带来正面影响，甚至有利于广告价格的抬升，最大的影响是有利于差异化竞争思路的出炉。“酷豆的出世，对搜狐、腾讯等的影响可能比较大，但对我们影响不大。”陈志华在凤凰网负责视频业务，从经营初始他们就坚持了差异化的思路，除去凤凰网的小部分自身资源，他们的定位是资讯服务，主打各类节目甚至纪录片等。

醒客认为，酷豆对行业带来重大的冲击和影响将会在未来半年之后显现。“因为优酷、土豆两个网站仍然照常运营，对用户体体验影响不大，但对他们自身确实利好无数。”醒客谈道，在视频网站最大的两项成本之一版权支出方面，酷豆无疑将面临极好的局面，一家买两家用。另外，放眼国内视频业，正进入扩张期，一些实力雄厚的新入场者都在加大人才扩充，而酷豆无疑可以通过内部资源人才调配而节省这块成本。“在点播量上，根据公开数据，酷豆加起来超过了五成的市场份额，这在招商时是对广告

主有力的说服。这个惊人的数据预计将在半年之后对其他网站形成巨大压力。”

而对行业更好的作用，醒客认为，那就是酷豆这个“寡头”出现之后，会胁迫奇艺、56网、酷6等纯视频网站的“第二梯队”进行业务转型，追求差异化竞争。“对新浪、搜狐、腾讯这类门户网站的视频业务影响则是完全不同的。”醒客认为，新浪作为门户里的老大，资产雄厚，拥有广大的用户基群，不需要依赖纯视频用户，他们门户的实力是纯视频网站很难超越的。而腾讯拥有庞大的用户基群，这些都是他们已经具有的差异化优势，“要么拥有用户忠诚度，要么拥有差异化的内容，这是视频业务的出路。”

资本市场：将进入冷静期

行业普遍认为，美股上市门槛较低，不在盈利状态就登陆美股市场的“中国概念股”大有人在，但这种规则只能玩转一时，当大家都开始“圈”到钱、用钱去开拓市场时，肯定就走不通了。

作为天使投资人，醒客谈道，纳斯达克上市的核准较宽，要么追求企业的盈利规模，要么追求企业的投资规模，比如，企业出示的市场占

有率、用户数据等，都能支持在股市上融资。但随着概念股越来越多，当大家都有充足资金、都在做大投入抢占市场份额的情况下，优势就不存在了，事实上土豆在美国上市之后股价一直在下跌。“就对资本市场的影响而言，酷豆事件有利于市场快速平静下来。”

清科研究中心高级分析师张亚男认为，抛开行业共赢的公共观点，站在资本的角度，或许土豆背后的投资人在这宗交易中是受益者，土豆冲破重重阻碍赴美上市，但又快速退市，这种“慢进快退”的行为或将影响二级市场投资人对未来即将踏上同样道路的中国概念股公司的价值判断。清科研究中心预计，未来，中国视频行业仍将存在系列的并购重组行为。

“美国股市是一个完全自主循环、市场化的过程，从股价就可以看出一个企业在美国的受欢迎程度。”张亚男进一步解释称，既然在资本市场上出现不受欢迎的态势，那么酷豆主动调整，靠自己的力量扭转局面是必须的，因为必须向自己的幕后投资人去做交待。“虽然目前酷豆达到了双赢局面，但这种并购和退市，对中国概念股在美国市场上的影响是深远的，毕竟放眼国际资本市场，这种短平快的退市事件也不多。”张亚男认为，企业上市必须承担着很大的社会责任，“土豆退市”在法律上来讲肯定是合法的，但并不是很负责任的行为，因为后续肯定还会有中国很多同类企业在美国上市，土豆退市事件会给二级市场的机构投资者带来价值判断和选择上的犹豫。

“当然，这次事件也有正面的影响。”张亚男认为，对于视频行业抱着高期望值的诸多风险投资、私募股权投资正好借此头脑冷静一下。在清科数据中心，拥有2005年迄今为止几乎所有主流视频网站获得风险投资、私募股权投资资料纪录，“能被投资人看中的肯定已经是行业处于领先地位的公司了，可是事实证明，其中有些公司已经死掉了。”张亚男说道，如今挣扎在视频行业里的投资人和经营者应该冷静下来，是否将来能够上市，上了市又如何盈利等问题都应该进入思考范畴，如果上市无望，那么适当降低PE值，尽早实现并购，也是很好的退出途径。

行业瞭望

近年来，各地纷纷上马建设文化产业园区，有些文化产业项目开发缺乏市场分析科学与工程论证，盲目上马——

厉无畏：要避免新一轮“产业过剩”

助力经济转型人才很关键

“创意产业的发展之所以能够带动产业结构升级，是因为创意产业抵御金融危机冲击的能力强于其他产业。”厉无畏说。世界各国在这方面也有经验可循。金融危机曾严重影响日本经济的发展，以创意和知识产权为驱动的日本动漫经济却逆势增长；2011年全球金融危机使经济低迷，却催生金融题材电影在好莱坞走俏。厉无畏表示：“那些实现了经济创新的国家比较容易走出危机，而创意产业就是推动经济创新的一支重要力量。”

他同时指出，传统产业可以通过创意产业的融入，附加更多的文化内涵，塑造有特色的品牌，来提升竞争力，如绍兴的孔乙己品牌、重庆的张飞牛肉、国窖泸州老窖等等，品

牌背后都是中国的历史文化。“中国有很多历史文化资源，可以通过创意把它开发利用起来，而人才是实现这些创意的根本。”因此，在新形势下要建设一个有创意的国家，需要拥有一套创新人才的培养机制。

“创意人才的培养需要新探索。关键在于如何培养，能不能抓住要害。”厉无畏分析，我国急需的创意人才可分三类：技术制造类、原创策划类和经营管理类。其中，第一类是中国的传统强项，而其他两类均需加强。“美国开发的‘加菲猫学英语动漫’系列，畅销全世界，这是怎么实现的？既需要画出来，也需要想出这个点子，还需要有好的推介营销。”厉无畏感慨，我国现有的文化产业人才多数能“画猫”，但在想点子和推介营销两方面还很薄弱。

“创新既要有原创创新，又要有集成创新。乔布斯的苹果，就是一个集成创新的产物。”厉无畏建议，需要培养一批复合型人才，他们既要在文化创意方面拥有好的素养，又要在经济管理领域具有一定的才能，并且拥有比较广泛的知识储备和善于引导和整合各种各样资源的能力，最重要的还要能将整合好的资源利用好以获得更好的发展。

避免出现新一轮“产业过剩”

从当前的情况来看，虽然在一些大城市文化产业增加值占GDP的比重已经超过了5%甚至更高，但从总体上看，我国文化产业增加值占GDP的比重还不足3%。我国文化产业的发展也面临着很多问题和矛盾，比

如，总量规模小，文化产品和服务的供需矛盾突出；条块分割严重，产业集中度不高；经营管理水平不高，市场竞争力弱；政策法规体系不健全，投入不足和人才短缺现象比较严重等等。由此可见，文化产业要成为我国的支柱性产业，仍然任重道远。

在我国文化产业增加值持续数年高速增长之后，未来的发展空间仍相当大。厉无畏指出，发达国家文化产业占GDP比重平均在10%左右，美国达到25%，其在全球文化产业市场中所占份额则高达43%。与之相比，目前我国文化产业占全球文化产业市场份额不足3%。差距大，也就意味着发展的潜力大。

近年来，各地纷纷上马建设文化产业园区，有些文化产业项目开发缺乏市场分析科学与工程论证，盲目上马。

避免出现新一轮的“产业过剩”是文化产业健康发展的关键所在。

厉无畏认为，当前很多园区并不具备孵化文化产业所需条件，盲目上马容易流于形式。“一个好的园区，至少要为入驻企业做好4个方面的服务：公共科技服务平台、经营咨询服务、高效灵活的金融支持和知识产权保护。”厉无畏以上海的成功经验为例，深入分析：有了公共科技服务平台，企业不论规模，只要带着好创意入园，园区就可提供条件帮助其转化为产品；有了经营咨询服务，企业就可以专心研发，避开不擅长的经营领域；有了风险投资、创业基金、担保基金等金融支持，小微企业才能放手一搏、做大做强；有了知识产权保护，一家企业难以完成的维权工作，就可以由园区的“知识产权保护联盟”出面解决。



厉无畏(摄影 薛涛)

□□ 本报记者 李铮

全国政协副主席、著名经济学家厉无畏多年来一直关注“文化创新和经济转型”的重大课题，特别是近几年面对国际金融危机带来的阵阵寒意，中国文化创意产业的逆势而上引起他的关注。这位有“中国创意产业之父”之称的经济学家，谈起文化产业发展中的问题如同中医号脉般娴熟、精准。厉无畏指出，文化创意产业有望成为带动中国经济振兴的引擎，并能推动经济创新发展，但也要避免出现新一轮的“产业过剩”。